

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HAMBATAN BERPINDAH DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ASTRA HONDA
AUTHORIZED SERVICE STATION (AHASS) ASTRA MOTOR
DI KABUPATEN KUDUS**

Yulita Ayu Kharisma¹, Rodhiyah², & Widayanto³

yakh606@gmail.com

Abstract

In this study aims to determine the effect of service quality, switching barrier and trust on customer loyalty. This type of research is explanatory research to population this research is all of our customers Ahass astra 1974 (2014) and using 100 respondents as sample. Data collection technique using questionnaires. The analyzed techniques used coefficient of correlation and determination, simple linear regression, multiple regression, t and f test with SPSS version 17.

Results and discussion: service quality the ruling customers has good and excellent categories 85%, positive and significant influence customer loyalty to result by 5%. The correlation result of 82,4%, the determination coefficient 36,2%, regression 0,332 and result by t-test $1,9845 < 14,409$, switching barrier high enough categories 44%, positive and significant influence customer loyalty to result by 5%. The correlation result of 60,1%, the determination coefficient 36,2%, regression 0,403 and result by t-test $1,9845 < 7,450$, and trust to high enough categories 60%, positive and significant influence customer loyalty to result by 5%. The correlation result of 72,7%, the determination coefficient 52,9%, regression 0,936 and result by t-test $1,9845 < 10,483$. Simultaneously great the quality of service, switching barrier and trust to customer royalty to test result $F 108.654 > 2.699$ and with correlation 0,879, determination coefficient of 0,772.

In conclusion, result of research partially shows the extent the service quality, switching barriers and trust, influence positive and significant on customer loyalty . Advice given that the service quality can be better always increasing the ability of employees, while the switching barrier to move higher by maintaining the relationship between employees and customers, ass well as for the high trust always giving honest and improve the company's reputation.

Key words : Service quality, switching barrier and trust to customer loyalty

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Tipe penelitian *explanatory research* dengan populasi semua pelanggan Ahas Astra Motor 1974 (2014) dan menggunakan sampel berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis meliputi koefisien korelasi dan determinasi, regresi linier sederhana, regresi berganda, uji t dan F dengan alat bantu SPSS versi 17.

Hasil dan pembahasan: kualitas pelayanan dengan kategori baik dan sangat baik 85% berpengaruh positif dan signifikansi 5% terhadap loyalitas pelanggan. Nilai korelasi sebesar 82,4%, koefisien determinasinya 67,9%, serta regresi 0,332 dan nilai t tabel $1,9845 < t$ hitung sebesar 14,409, hambatan berpindah dengan kategori tinggi dan sangat tinggi 44%, berpengaruh positif dan signifikansi 5% terhadap loyalitas pelanggan. Nilai korelasi sebesar 60,1%, koefisien determinasinya 36,2%, serta regresi sebesar 0,403 dan nilai t tabel $1,9845 < t$ hitung 7,450 dan kepercayaan dengan kategori tinggi dan sangat tinggi 60%, berpengaruh positif dan signifikansi 5% terhadap loyalitas pelanggan. Nilai korelasinya sebesar 72,7%, koefisien determinasinya 52,9%, serta regresi 0,936 dan nilai t hitung $10,483 > t$ tabel 1,9845. Berdasarkan hasil uji f dari kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan terlihat $108,654 > 2,699$ dengan korelasi 0,879, koefisien determinasi 77,2%.

Kesimpulannya kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Saran yang diberikan agar kualitas pelayanan dapat lebih baik dengan cara selalu meningkatkan kemampuan kerja karyawan, hambatan berpindah yang lebih tinggi dengan cara menjaga hubungan antara karyawan dan pelanggan serta kepercayaan yang tinggi dengan selalu memberikan kejujuran dan meningkatkan reputasinya.

Kata kunci : kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Ahas Astra Motor.

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Pendahuluan

Pada era globalisasi yang cepat ini dan mobilitasnya yang tinggi dibutuhkan suatu transportasi yang cepat, nyaman dan praktis serta menghemat pengeluaran. Banyak orang memilih memakai sepeda motor dari pada mobil atau angkutan umum untuk perjalanan karena cepat, nyaman dan praktis. Sehingga produsen transportasi sepeda motor saling bersaing untuk merebut minat masyarakat agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan. Sebagian besar pangsa pasar sepeda motor saat ini diduduki oleh Honda dengan data jumlah penjualan sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penjualan Sepeda Motor

Tahun Penjualan	Jumlah yang Terjual
2010	3.416.047
2011	4.273.888
2012	4.092.693
2013	4.700.871
2014	5.055.510

Sumber Data: AISI

Adapun dengan banyaknya jumlah sepeda motor yang terjual disetiap tahunnya banyak pula penawaran jasa perawatan, terlebih pada jasa perawatan sepeda motor merek Honda ini, akan tetapi jumlah pelanggan perawatan pada ahass astra motor ini mengalami penurunan pada tahun 2014, dapat dilihat sebagai berikut:

Tahun Penjualan	Jumlah yang Terjual
2010	11.837
2011	12.795
2012	15.600
2013	29.376
2014	19741

Sumber: Astra Motor 2014

Oleh karena itu untuk mendapatkan pelanggan terlebih mendapatkan pelanggan yang loyal perlu dilakukan berbagai strategi, diantaranya kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan. Pengaruh kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan sangat besar dalam menentukan perkembangan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang memakai jasa pada ahass tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun (Lupiyoadi (2013:7)).

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Hambatan berpindah mengacu pada tingkat kesulitan untuk pindah/beralih ke penyedia barang atau jasa lain yang dihadapi pelanggan yang tidak puas dengan jasa yang diterima atau mengacu pada kendala financial, social, dan psikologis yang dirasakan seorang pelanggan ketika berpindah/beralih ke penyedia jasa baru (Fornell dalam Rambat Lupiyoadi 2013:237)).

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Dengan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Daryanto, 2013:279).

Obyek yang diambil dalam penelitian ini adalah *Astra Honda Authorized Service Station* (AHASS) Astra Motor di Kabupaten Kudus.

Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh hambatan berpindah terhadap loyalitas pelanggan. 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Ahass Astra Motor di Kabupaten Kudus.

Kajian Teori

Kualitas Produk

William J. Stonton (1981) dalam Buchari Alma (2007:243) menjelaskan jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan/Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Parasuraman dkk., (1998) dalam Lupiyoadi (2013) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Sedangkan Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby (1997) dalam Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2013:2) berpendapat “Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan”

Hambatan Berpindah

Dick dan Basu (1994) Lupiyoadi dan A. Hamdani (20013:237), hambatan berpindah diakibatkan oleh biaya berpindah, daya tarik alternative-alternatif yang ada dan hubungan antar personal. Biaya perpindahan merupakan biaya yang terjadi ketika pindah ke penyedia jasa lain, termasuk waktu, uang dan biaya psikologis.

Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau jangka panjang (Daryanto, 2013:279-280).

Loyalitas Pelanggan

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Loyalitas pelanggan juga diartikan pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh konsumen. (Tjiptono (2011:485)

loyalitas adalah kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau merek tertentu. Dalam konteks bisnis, loyalitas merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang/jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya (Lovelock dan Wright,2007:133).

HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian yang diajukan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. (Sugiyono, 2008: 51). Berdasarkan pada telaah pustaka yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- a. Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy*) terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Diduga ada pengaruh hambatan berpindah terhadap loyalitas pelanggan
- c. Diduga ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan
- d. Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan terhadap loyalitas pelayanan.

METODE

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi dari penelitian ini adalah jumlah pelanggan ahasa astra motor selama tahun 2014 (19741). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan sampling aksidental merupakan penentuan sampel secara kebetulan dan dianggap cocok sebagai sumber data dimana termasuk dalam *sampling purposive*. Teknik purposive sampling ini merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana terdapat kriteria-kriteria sebagai berikut: Usia produktif kerja (17 - 55 tahun), bisa diwawancarai dan bersedia mengisi kuesioner. Sebagai pelanggan Ahasa astra motor yang telah melakukan pemakaian minimal 4 kali. Pernah melakukan pemakaian jasa dibengkel selain ahasa.

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner sederhana dan berganda dengan bantuan SPSS For Windows.

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut :

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan	
		t hitung	Signifikansi	Korelasi	Determinasi	Hipotesis	
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	14,409	0,000	0,824	67,9%	Ho ditolak	
2	Pengaruh Hambatan Berpindah (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	7,450	0,000	0,601	36,2%	Ho ditolak	
3	Pengaruh Kepercayaan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	10,483	0,000	0,727	52,9%	Ho ditolak	
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Hambatan Berpindah (X_2) dan Kepercayaan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	7,341	0,000	0,879	77,2%	Ho ditolak	
		5,351	0,000				
		2,544	0,013				

Sumber: Hasil penelitian yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,824 yang berarti hubungan antara keduanya adalah sangat kuat. Hasil uji determinasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 67,9% yang berarti variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan.

Hambatan berpindah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu sebesar 0,601 yang berarti hubungan antara keduanya adalah kuat. Hasil uji determinasi antara hambatan berpindah terhadap loyalitas pelanggan sebesar 36,2% yang berarti variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh hambatan berpindah.

Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya 0,727 yang berarti hubungan antara keduanya adalah kuat. Hasil uji determinasinya sebesar 52,9% yang artinya variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kepercayaan

Kemudian kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

korelasi antara ketiganya yaitu 0,879 yang berarti hubungan yang dimiliki adalah sangat kuat. Hasil uji determinasi antara kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 77,2% yang berarti variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan.

PEMBAHASAN

Dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini ditemukan beberapa indikator yang hasilnya masih rendah. Secara keseluruhan, maka seharusnya pihak pengelola dalam hal ini ahss astra motor di kabupaten kudos lebih meningkatkan dari sisi pelayanan, jenis layanan yang lebih baik, hambatan berpindah dengan tingkat berpindah yang tinggi dan kepercayaan yang lebih tinggi pula guna mendapatkan loyalitas pelanggan. Harapannya dengan adanya peningkatan kualitas dari pihak Astra Motor akan lebih banyak pelanggan yang semakin loyal untuk tetap memakai jasa Ahass Astra Motor sebagai tempat untuk merawat kendaraan mereka..

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan Astra Motor sebagian besar responden menunjukkan baik dengan memberikan penilaian positif. Namun demikian masih ada sebagian kecil yang menilai buruk. Hal ini dapat dilihat pada beberapa indikator yang berada dibawah rerata, yaitu ketepatan mendiagnosa masalah, ketelitian dalam melaksanakan pekerjaan, ketanggapan akan keluhan dan masalah, kenyamanan ruang tunggu dan penampilan dari karyawan.

Hambatan Berpindah memiliki kontribusi terhadap loyalitas pelanggan dengan sebagian besar responden berpendapat tinggi. Namun demikian masih ada beberapa responden yang mengatakan rendah, dapat dilihat dari indikator yang berada dibawah rerata, yaitu factor biaya (tenaga, waktu dan harga) yang ditanggung tidak ditemukan manfaatnya dibengkel lain, kualitas yang lebih baik dari bengkel non resmi serta pengenalan mekanik tentang kendaraan pelanggan.

Kepercayaan memiliki kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan dengan sebagian besar responden berpendapat tinggi. Namun demikian masih ada beberapa responden yang mengatakan rendah. Hal ini dapat dilihat dari indikator yang berada dibawah rerata yakni keyakinan memberikan hasil yang diinginkan dan karyawan yang selalu menjelaskan prosedur sebelum melakukan tindakan.

Berdasarkan penilaian responden, sebagian besar berpendapat loyalitas pelanggan pada astra motor berada dalam kategori cukup tinggi. Akan tetapi masih ada sebagian kecil yang loyalitasnya rendah, dapat dilihat dari indikator perasaan puas terhadap layanan dan keinginan tetap di ahass.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pelanggan memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Hambatan berpindah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pelanggan merasakan hambatan berpindah yang tinggi, maka akan menyebabkan tingkat loyalitas semakin tinggi.

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimana semakin pelanggan merasakan kepercayaan terhadap astra motor maka semakin tinggi loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa kualitas pelayanan, hambatan berpindah dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

SARAN

Perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam kemampuan karyawan menangani ketepatan mendiagnosa masalah, ketelitian dalam melaksanakan pekerjaan, ketanggapan akan keluhan dan masalah, kenyamanan ruang tunggu dan penampilan dari karyawan diantaranya pembenahan getaran pada deg atau sayap motor dengan menambahkan bantalan pada tiap sisi bagian dan pemasangan bautnya. Keakuratan dalam memastikan kerusakan stang antara ban yang tidak simetris dengan laker yang kocak perlu ditingkatkan sebab ada beberapa yang beranggapan ini kurang tepat. Ketepatan waktu dalam menangani masalah/kerusakan berat perlu dikaji ulang sebab antara spare part dengan pengerjaan servis terkadang tidak sesuai dan waktu yang diberikan terlalu lama (bisa 1 minggu). Dalam menangani keluhan sebaiknya cs perlu dibantu agar pelanggan tidak terlalu lama menunggu/antri. Perlu pengadaan spare part yang bagus dan alat pendukung servis yang modern (alat pembuka/pemasangan baut) guna mendukung mekanik dalam melaksanakan pekerjaan. Sebaiknya diberikan pembatas antara ruang tunggu dan lalu lalang karyawan. Tempat untuk meletakkan Koran maupun majalah. Serta perlu dikaji ulang untuk peredam suara agar tidak terdengar terlalu bising.

Saran selanjutnya agar perusahaan meningkatkan hambatan berpindah dengan cara menjaga hubungan antara karyawan dengan pelanggan,. Biaya (waktu, tenaga dan harga) yang ditanggung dan manfaat yang diterima tidak ditemukan dibengkel lain, memperbaiki kualitasnya dibanding bengkel non resmi serta pengenalan mekanik terhadap kendaraan pelanggan dengan cara dapat mengakali kerusakan yang masih bisa dibenahi tanpa mengganti spare part (bureng tergores bisa dibubut, ring pada piston juga bisa diperbesar, getaran pada deg motor yang terlalu parah bisa menggunakan tali krek guna mengeratkan tanpa mengganti yang baru) Perlu ada penambahan buku servis guna menjaga computer bermasalah sehingga dengan adanya buku servis pihak ahass dengan mudah mengenali jenis dan sejarah kerusakan sepeda motor.

Perlu meningkatkan kepercayaan pelanggan, dengan cara lebih meningkatkan reputasi yang dimiliki , meningkatkan keamanan dan kenyamanan servis, lebih meningkatkan kejujuran serta keyakinan sehingga kepercayaan pelanggan akan meningkat. Kurangnya keyakinan hanya pada beberapa masalah saja yang menyebabkan pelanggan tidak yakin. Seperti permasalahan umum deg yang bergetar, tarikan gas yang masih berjeda serta klep yang kurang tepat pemasangannya. Kurangnya karyawan menyebabkan banyaknya pelanggan yang mengantri juga perlu diperhatikan oleh perusahaan.

Perlu dilakukan pengembangan penelitian mengenai loyalitas pelanggan di masa yang akan datang, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar lebih menambah variabel

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

independen yang lain karena ada banyak variabel yang dapat memepengaruhi loyalitas pelanggan. Serta perlu dilakukan research pasar lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- Buchori. Alma. 2007. Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa. Edisi Revisi. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Bayumedia Publishing.
- Ratminto dan Winarsih Atik Septi.2013. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Lovelock, Christopher H. Dan Lauren K. Wright : alih bahasa. Agus Widyantoro : penyuting bahasa. Marianto Samosir. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan II. Jakarta : Indeks
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Ketiga. Jakarta : Penerbit Salemba Empat

¹Yulita Ayu Kharisma, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yakh606@gmail.com

²Rodhiyah, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro